

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul

Persaingan usaha pada zaman ini menuntut perusahaan agar lebih peka terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Seiring dengan kemajuan bidang perekonomian saat ini, maka akan memamacu timbulnya suatu persaingan bisnis. Para pengusaha baik yang berskala besar, menengah maupun kecil harus mengantisipasi perkembangan sehingga perlu adanya manajemen yang berperan dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan. Keberhasilan penjualan suatu perusahaan ditentukan pada perencanaan dalam manajemen pemasaran sehingga dapat menghasilkan penjualan dengan laba yang diharapkan perusahaan.

Menurut Daryanto (2011;1) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang kita tawarkan, maka suatu usaha harus dapat menetapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Salah satu usaha yang saat ini semakin berkembang di masyarakat adalah usaha yang bergerak pada penjualan perangkat teknologi, karena perkembangan teknologi yang semakin maju sehingga membuat konsumen selalu mengupdate teknologi yang mereka miliki.

Akan tetapi penurunan daya beli masyarakat akibat adanya krisis ekonomi tentu akan mempengaruhi volume penjualan dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Akibatnya permintaan akan mengalami penurunan dan perusahaan akan mengalami kerugian apabila dibiarkan begitu saja. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mengantisipasi keadaan yang ada sehingga target penjualan perusahaan dapat terus tercapai dan volume penjualan akan dapat meningkat.

MDP IT Superstore Palembang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam penjualan semua jenis perangkat teknologi informasi, barang elektronik rumah tangga dan menyediakan layanan jasa service. MDP IT Superstore Palembang berlokasi di Jalan Jenderal Sudirman, Km. 4, Palembang, Indonesia.

Dalam kegiatan penjualan perangkat teknologi informasi MDP IT Superstore Palembang menyediakan berbagai macam merek seperti Acer, Thosiba, Asus, HP dan lain-lain. Sedangkan untuk penjualan barang elektornik rumah tangga MDP IT Superstore juga menyediakan berbagai macam merek seperti Thosiba, Philip, Sharp dan lain-lain.

Agar produk yang dipasarkan dapat terjual sesuai dengan target yang diharapkan perusahaan, MDP IT Superstore Palembang melakukan kegiatan promosi dimana promosi yang dilakukan perusahaan seperti promosi melalui iklan media koran, dan lain sebagainya. Adapun biaya promosi yang telah dikeluarkan oleh MDP IT Superstore Palembang selama tahun 2012 hingga tahun 2015 dapat dilihat pada tabel 1.1. dibawah ini.

Tabel 1.1
Biaya promosi MDP IT Superstore Palembang
Tahun 2012-2015

Periklanan		Personal Selling		Promosi Penjualan		Total
Tahun	Biaya	Tahun	Biaya	Tahun	Biaya	
2012	90.000.000	2012	58.000.000	2012	161.000.000	309.000.000
2013	105.150.000	2013	45.800.000	2013	216.050.000	367.000.000
2014	134.000.000	2014	73.000.000	2014	168.000.000	375.000.000
2015	103.500.000	2015	66.500.000	2015	208.000.000	388.000.000

Sumber: MDP IT Supersrote Palembang, 2016

Dapat diketahui dari tabel diatas bahwa biaya promosi yang dikeluarkan oleh MDP IT Superstore Palembang setiap tahunnya terus mengalami

kenaikan total biayanya namun untuk pembagian biaya yang dikeluarkan promosi yang dilakukan melalui personal selling lebih sedikit jumlahnya dibandingkan promosi yang dilakukan melalui periklanan dan promosi penjualan.

Semakin meningkatnya biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan membuat naiknya volume penjualan perusahaan. Dapat dilihat dari tabel 1.2 dibawah ini bahwa kegiatan penjualan MDP IT Superstore Palembang terus mengalami kenaikan volume penjualan setiap tahunnya. Adapun volume penjualan MDP IT Superstore Palembang selama periode 4 tahun terakhir mulai dari tahun 2012 hingga 2015 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Volume Penjualan MDP IT Superstore
Tahun 2012-2015

Tahun	Barang Elektronik	Perangkat Teknologi Informasi
2012	137.890.000.000	150.110.000.000
2013	186.568.000.000	173.432.000.000
2014	200.598.000.000	231.402.000.000
2015	227.600.000.000	312.400.000.000

Sumber: MDP IT Superstore Palembang tahun 2016

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa volume penjualan perusahaan terus mengalami kenaikan baik untuk barang elektronik maupun untuk penjualan perangkat teknologi informasi. Dapat dilihat bahwa kenaikan tertinggi ditunjukkan pada tahun 2015 dimana penjualan barang elektronik mencapai Rp 227.600.000.000,- dan untuk perangkat teknologi pada tahun 2015 mencapai Rp 312.400.000.000,-

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menulis laporan akhir dengan judul **“TINJAUAN HUBUNGAN ANTARA BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA MDP IT SUPERSTORE PALEMBANG”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam laporan akhir ini adalah “Bagaimana hubungan antara biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan pada MDP IT Superstore Palembang?”

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan laporan akhir ini dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari perumusan masalah yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada upaya peningkatan volume penjual MDP IT Superstore Palembang

1.4. Tujuan dan Manfaat penulisan

1.4.1. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui hubungan antara biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan pada MDP IT Superstore Palembang.

1.4.2. Manfaat Penulisan

Hasil penulisan laporan akhir diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan hubungan antara biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan pada MDP IT Superstore Palembang.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada MDP IT Superstore Palembang yang berada di Jalan Jalan Jenderal Sudirman, Km. 4, Palembang, Indonesia di bagian Pemasaran.

1.5.2. Jenis dan Sumber Data

Dalam melakukan penelitian ini diperlukan data-data yang objektif tentang keadaan perusahaan yang akan diteliti dan dicari pemecahan masalahnya. Menurut Yusi dan Idris (2009:103), data menurut cara memperolehnya dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

1. Data primer

Data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data ini diperoleh dari wawancara kepada staff pemasaran MDP IT Superstore Palembang. Adapun data primer yang penulis dapat adalah sistem pemasaran, dan sistem penjualan perusahaan.

2. Data sekunder

Data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data ini diperoleh dari studi kepustakaan dan data yang telah didapat dari MDP IT Superstore Palembang ialah sejarah perusahaan, struktur organisasi, analisis jabatan, biaya promosi dan volume penjualan pada MDP IT Superstore Palembang.

1.5.3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang telah penulis butuhkan dalam memperkuat isi laporan ini, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan pokok permasalahan yang ada

dengan mendatangi langsung MDP IT Superstore yang beralamat pada Jalan Jend. Sudirman, Km. 4, Palembang, Indonesia. Adapaun teknik pengumpulan data yang dipakai untuk mengumpulkan data yang diperlukan penulis antara lain:

1. Riset lapangan (*field research*)

Dalam penelitian laporan ini penulis melakukan studi lapangan (*field research*) dengan mendatangi lokasi penelitian pada Jalan Jendral Sudirman, Km. 4, Palembang, Indonesia. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam laporan akhir ini adalah:

- a. Observasi

Berdasarkan kegiatan observasi, penulis melakukan pengamatan langsung tentang bagaimana kegiatan pemasaran dan sistem pemasaran pada MDP IT Superstore. Dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting adalah mengandalkan pengamatan dan ingatan si penulis.

- b. Wawancara (*interview*)

Untuk mendapatkan data yang lengkap penulis melakukan wawancara langsung dengan Manajer dan para Staf pemasaran MDP IT Superstore. Wawancara ini dilakukan lebih dari satu kali, bermula dari wawancara dengan sebuah pertanyaan tetapi karena penulis belum merasa lengkap maka dari pertanyaan yang sebelumnya menimbulkan pertanyaan yang lain. Sehingga pertanyaan menjadi banyak dan data yang diperoleh penulis menjadi banyak dan lengkap. Data yang penulis dapat dari wawancara ini adalah kegiatan pemasaran dan sistem penjualan perusahaan.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Metode ini digunakan oleh penulis untuk mengambil data yang sifatnya sekunder, misalnya pengetahuan mengenai gambaran

umum perusahaan dan tinjauan pustaka yang berhubungan dengan pemasaran serta membaca dan mempelajari buku-buku literatur yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

1.5.4. Analisa Data

1. Metode kualitatif

Menurut Sugiono (2008:15) penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.

Dari penjelasan diatas dapat diartikan bahwa metode kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis/lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam metode ini penulis melakukan pembahasan mengenai pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan.

2. Metode kuantitatif

Menurut Yusi dan Idris (2009:102), “data kuantitatif adalah data yang diukur dalam skala numerik (angka).” Dalam laporan ini penulis menggunakan analisis data regresi sederhana dan korelasi sederhana.

Untuk menghitung peramalan volume penjualan dan biaya promosi untuk tahun yang akan datang dapat dihitung dengan rumus Time Series sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel yang diramalkan

X = Variabel waktu

a dan b = Konstanta

Untuk mencari (a) dan (b) dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum x^2}$$

Untuk menghitung besarnya pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan dapat digunakan rumus regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel yang diramalkan

X = Variabel waktu

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Untuk mencari nilai (a) dan (b) dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Koefisien korelasi ini digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel yang datanya berbentuk data interval atau rasio disimbolkan dengan r dan dirumuskan:

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan

r_{XY} = Hubungan antara variabel X dan Y

x = Biaya promosi

y = Volume penjualan

n = Jumlah tahun